

**PENGARUH PERSEPSI TENTANG *PUBLIC RELATIONS* SEBAGAI
PROFESI PEREMPUAN TERHADAP MINAT MAHASISWA MEMILIH
KOSENTRASI *PUBLIC RELATIONS*
(Studi Eksplanatif Pada Mahasiswa Angkatan 2013 s.d 2014 Program Studi
Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika UMS)**

NASKAH PUBLIKASI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memenuhi Derajat Sarjana S-1**



Disusun Oleh :

AGUNG RAHMANTO

L 100 090 020

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
TAHUN AJARAN 2015**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

Jl. A. Yani Tromol Pos 1, Pabelan, Kartasura. Telp (0271) 717417,
719483 Fax 715448 Surakarta 57102

Surat persetujuan artikel publikasi ilmiah yang bertanda tangan dibawah ini pembimbing skripsi/tugas akhir :

Nama : Dian Purworini, S. Sos, M.M
Joko Sutarso, SE. M.Si

Telah membaca mencermati naskah artikel publikasi ilmiah, yang merupakan ringkasan skripsi (tugas akhir) dari mahasiswa :

Nama : Agung Rahmanto

NIM : L100090020

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Tentang *Public Relations* Sebagai Profesi Perempuan Terhadap Minat Mahasiswa Memilih Konsentrasi *Public Relations* (Studi Eksplanatif Pada Mahasiswa Angkatan 2013 s.d 2014 Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika UMS)

Naskah artikel tersebut, layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan. Demikian persetujuan yang dibuat, semoga dapat dipergunakan sepenuhnya.

Surakarta, 17 Juni 2015

Pembimbing I

Dian Purworini, S. Sos, M.M
NIK. 1102

Pembimbing II

Joko Sutarso, SE. M.Si
NIP. 196406011993031001

**PENGARUH PERSEPSI TENTANG *PUBLIC RELATIONS* SEBAGAI
PROFESI PEREMPUAN TERHADAP MINAT MAHASISWA MEMILIH
KONSENTRASI *PUBLIC RELATIONS***

**(Studi Eksplanatif Pada Mahasiswa Angkatan 2013 s.d 2014 Program Studi
Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika UMS)**

**Agung Rahmanto
Dian Purworini, S. Sos, M.M
Joko Sutarso, SE, M. Si
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta
agung7321@gmail.com**

ABSTRAK

Dalam dunia kerja saat ini perempuan memang tidak kalah banyak dengan laki-laki, mereka menempati berbagai posisi di dalam perusahaan. *Public relations* misalnya, posisi ini banyak di tempati sebagian besar perempuan meski ada juga laki-laki. Dari sinilah tercipta sebuah pandangan atau persepsi yang menyatakan bahwa *public relations* itu adalah profesinya perempuan. Dengan adanya sebuah persepsi tentang *public relations* adalah profesinya perempuan maka mahasiswa dapat mempertimbangkan dan merencanakan minat mereka dalam memilih konsentrasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi tentang *public relations* sebagai profesi perempuan terhadap minat mahasiswa memilih konsentrasi *public relations*. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2013 dan 2014. Analisis data dilakukan dengan analisis regresi linier sederhana. Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi mahasiswa tentang *public relations* sebagai profesi perempuan terhadap minat mahasiswa dalam memilih konsentrasi *public relations*. Dengan demikian hipotesis yang pertama terbukti kebenarannya. Terdapat korelasi yang kuat antara persepsi mahasiswa tentang *public relations* sebagai profesi perempuan terhadap minat mahasiswa dalam memilih konsentrasi *public relations*.

Kata kunci : Persepsi, *Public Relations*, Perempuan, Minat

PENDAHULUAN

Perguruan tinggi merupakan lembaga pendidikan yang menyediakan berbagai macam jurusan untuk dapat dipilih mahasiswa sesuai bidang keahliannya. Tujuan dari perguruan tinggi adalah menyiapkan peserta didik agar memiliki kemampuan yang kompeten atau professional dan mampu menerapkan ilmu pengetahuan yang di dapat ke dalam kehidupan bermasyarakat.

Salah satunya adalah Universitas Muhammadiyah Surakarta, perguruan tinggi ini mempunyai berbagai macam jurusan yang dikelompokkan ke dalam fakultas-fakultas kemudian fakultas tersebut terbagi lagi menjadi program studi.

Ilmu komunikasi merupakan program studi dari fakultas komunikasi dan informatika Universita

Muhammadiyah Surakarta yang menawarkan tiga konsentrasi yang dapat dipilih mahasiswa yaitu, *Public Relations*, *Marcomm* dan *Broadcasting*. Pada semester empat nantinya mahasiswa akan difokuskan untuk memilih salah satu konsentrasi yang ditawarkan.

Dalam pemilihan konsentrasi tersebut pasti terdapat banyak faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih konsentrasi. Salah satu faktor yang mempengaruhinya adalah persepsi dari mahasiswa itu sendiri. Persepsi merupakan penafsiran seseorang yang terbentuk dari pandangan atau pengamatan terhadap suatu hal melalui alat indera manusia, sehingga membentuk pemahaman dengan sendirinya dan secara sadar akan mempengaruhi sikap seseorang (Rakhmat, 2007 : 51).

Tentang *public relations* misalnya, telah menciptakan sebuah gambaran tertentu di kalangan mahasiswa program studi ilmu komunikasi fakultas komunikasi dan informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta, meskipun mereka sama-sama mahasiswa ilmu komunikasi namun pandangan mereka tentang *public relations* akan berbeda-beda.

Public relations menurut *International Public Relations Association* (IPRA) adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara jalur organisasi dengan publiknya menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama, melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan atau permasalahan, membantu manajemen

untuk mampu menanggapi opini publik dan mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif (Ruslan, 2007:16)

Public relations erat kaitannya dengan publik, karena fungsinya adalah menjadi jembatan komunikasi antara perusahaan dan publiknya. Oleh karena itu menurut jurnal yang berjudul Perempuan Dalam Dunia *Public Relations* terdapat *stereotype* yang menyatakan bahwa *public relations* lebih cocok di tempati oleh kaum perempuan karena dinilai lebih mempunyai sifat yang ramah, luwes dan flexibel dalam bergaul dan mungkin juga lebih mudah dalam membujuk orang lain atau konsumen (Kurnia, et al, 2004:394).

Dengan perkembangan seperti ini banyak perusahaan berlomba-

lomba menempatkan seorang perempuan pada wajah perusahaannya dinilai dapat menguntungkan perusahaan itu sendiri. Contoh kasus hotel-hotel berbintang di kota Solo kebanyakan menggunakan *public relations* dari kalangan perempuan. The Sunan Hotel Solo yaitu Retno Wulandari, Lor In Hotel Solo yaitu Kartika Oktavia Pravitasari, Hotel Sahid Jaya yaitu Retno Wulansari dan masih banyak lagi.

Dari uraian yang telah di jelaskan di atas maka penulis mengaitkan dengan apa yang terjadi sekarang ini terutama pada program studi ilmu komunikasi. Program studi ini merupakan jurusan yang belum lama di Universitas Muhammadiyah Surakarta, namun peminatnya dari tahun ke tahun selalu meningkat. Input mahasiswa ilmu komunikasi yang

masih aktif menurut data yang diperoleh dari BAA Universitas Muhammadiyah Surakarta dikategorikan menurut jenis kelaminnya yaitu rata-rata jumlah mahasiswa ilmu komunikasi adalah laki-laki.

Jika mahasiswa memandang *public relations* itu adalah profesinya kaum perempuan saja, maka dengan sendirinya minat untuk memilih konsentrasi *public relations* kedepannya akan kecil.

Persepsi yang berbeda-beda pada setiap mahasiswa fakultas komunikasi dan informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta terhadap penilaian profesi *public relations* yang diberikan oleh institusi akan turut mempengaruhi minat mahasiswa untuk memilih konsentrasi *public relations*. Hal ini menarik untuk

dijadikan sebuah penelitian, oleh karena itu penelitian ini dilakukan pada prodi ilmu komunikasi. Dari fenomena tersebut maka penulis berusaha mengangkat judul Pengaruh Persepsi Tentang *Public Relations* Sebagai Profesi Perempuan Terhadap Minat Mahasiswa Memilih Konsentrasi *Public Relations*.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah persepsi tentang *public relations* sebagai profesi perempuan berpengaruh terhadap minat mahasiswa memilih konsentrasi *public relations* ?

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian eksplanatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Permasalahan yang diangkat pada penelitian ini adalah permasalahan asosiatif, yaitu suatu pertanyaan peneliti yang bersifat menghubungkan dua variabel atau lebih. Hubungan variabel dalam penelitian adalah hubungan kausal, yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat (Bungin, 2005: 38).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa program studi ilmu komunikasi fakultas komunikasi dan informatika UMS angkatan 2013 dan 2014.

Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta Tahun Ajaran 2013-2014

Angkatan	Jumlah Mahasiswa	
	Laki-laki	Perempuan
2013	78	51
2014	96	77
Total	302	

Sumber : Data Sekunder, BAA UMS, 2014

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 75 orang, pengambilan sampel menggunakan metode *Proportional Random Sampling*. Sampel yang representatif, cara pengambilan sampel menggunakan metode *Proportional Random Sampling* dengan cara diundi, dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$n_i = \frac{N_k}{N} \times N_1$$

Keterangan :

n_i : Jumlah sampel mahasiswa masing-masing angkatan

N_k : Jumlah mahasiswa dari masing-masing angkatan

N : Jumlah mahasiswa dari seluruh angkatan 2013 dan 2014

N_1 : Jumlah mahasiswa sampel yang diambil yaitu 75 mahasiswa

Tabel 1.2 Jumlah Sampel Mahasiswa Angkatan 2013-2014 Berdasarkan Metode *Proportional Random Sampling*

No	Angkatan	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Sampel
1	2013	129	32
2	2014	173	43
	Total	302	75

Sumber : Data yang diolah

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan

persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua macam metode yaitu metode angket (kuesioner) dan dokumentasi, jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan menggunakan metode angket (kuesioner) sedangkan data sekunder meliputi data mahasiswa ilmu komunikasi UMS angkatan 2013 s.d 2014 yang diperoleh dari kantor BAA UMS (Sugiyono, 2008:93)

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linear sederhana dapat digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel

independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2013:270).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. 1. Uji Validitas

Hasil perhitungan uji validitas terhadap kuisisioner untuk variabel persepsi mahasiswa terdapat 15 butir pertanyaan dinyatakan 15 butir pertanyaan valid. Nilai validitas instrumen pernyataan kuisisioner diatas valid bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,232

2. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diperoleh nilai *alpha* dari masing-masing variabel yaitu persepsi mahasiswa (X) sebesar 0,864, minat mahasiswa (Y) sebesar 0,868 lebih dari 0,05 maka dapat dipastikan bahwa skala yang digunakan pada kuisisioner tersebut reliabel.

B. Uji Asumsi Klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X	Y
N		75	75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	46.5467	46.8533
	Std. Deviation	5.88009	6.40037
Most Extreme Differences	Absolute	.064	.098
	Positive	.047	.098
	Negative	-.064	-.069
Test Statistic		.064	.098
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	.072 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*. Cara menguji normalitas yaitu dengan membandingkan probabilitas (p) yang diperoleh dengan taraf signifikansi (α) 0,05. Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh hasil sebagai berikut.

Berdasarkan data tersebut maka tingkat signifikansi variabel persepsi (X) sebesar 0,200 dan minat mahasiswa (Y) sebesar 0,072 dengan

α sebesar 0,05 maka diperoleh nilai $p > \alpha$ maka distribusi data normal.

2. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinearitas yaitu dengan melihat pada *Tolerance Value* atau *Variance Inflation Factor* (VIF).

Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah mempunyai VIF disekitar angka 1, sedangkan batas VIF adalah 10 dan mempunyai angka *tolerance* mendekati 1. Berdasarkan hasil penelitian maka nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) ≤ 10 dan nilai *tolerance* $\geq 0,1$ maka dinyatakan bebas multikolinieritas. Besarnya nilai yang diperoleh adalah nilai VIF variabel persepsi (X) dan minat mahasiswa (Y) sebesar 1,000 dan nilai *tolerance* variabel persepsi (X) dan minat mahasiswa (Y) sebesar 1,000.

3. Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan uji *Durbin-Watson (DW test)*. Nilai Durbin watson (DW) hasil penelitian adalah 2,304. Nilai Durbin watson (DW) akan dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5% dengan jumlah sampel 75 dan jumlah variabel independen 1 ($K=1$) maka diperoleh nilai du 1,6500. Nilai DW 2,304 lebih besar dari batas atas (du) yakni 1,6500 dan kurang dari ($4-du$) $4 - 1,6500 = 2,35$ dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

4. Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil *output* perhitungan uji heteroskedastisitas maka diperoleh nilai p variabel persepsi (X) sebesar 0,419 maka nilai tersebut lebih besar

dari 0,05 maka lolos uji heteroskedastisitas.

C. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana Sehingga persamaan umum regresi linier sederhana dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 3.355 + 0,935X$$

Keterangan:

Y = Minat Mahasiswa

X = Persepsi Mahasiswa

1) $a = 3,355$ adalah konstanta. Artinya apabila variabel persepsi mahasiswa (X) sama dengan nol, maka minat mahasiswa (Y) adalah 3,355

2) Koefisien regresi persepsi mahasiswa (X) diperoleh sebesar 0,935 bernilai positif. Hasil tersebut

menunjukkan bahwa setiap terjadi peningkatan persepsi mahasiswa sebesar satu satuan maka minat mahasiswa (Y) akan meningkat sebesar 0,935 satuan, atau sebaliknya.

Penelitian ini dilakukan di fakultas komunikasi dan informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta. Alasan dipilihnya lokasi tersebut karena fakultas komunikasi dan informatika memiliki program studi ilmu komunikasi yang di dalamnya menawarkan jurusan *public relations*. Respondennya adalah mahasiswa program studi ilmu komunikasi angkatan 20013 s.d 2014 yang berjumlah 75.

Setelah melakukan penyebaran kuisioner dan pengolahan data maka hasil yang diperoleh adalah variabel persepsi mahasiswa (X) mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $14,306 >$

$1,992$ dengan taraf signifikansi sebesar $0,000$. Artinya, bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara persepsi mahasiswa (X) terhadap minat mahasiswa . Rakhmat, (2007 : 51) menjelaskan bahwa persepsi merupakan penafsiran seseorang yang terbentuk dari pandangan atau pengamatan terhadap suatu hal melalui alat indera manusia, sehingga membentuk pemahaman dengan sendirinya dan secara sadar akan mempengaruhi sikap seseorang. Persepsi yang positif yang ditunjukkan oleh mahasiswa ilmu komunikasi dalam penelitian ini menyatakan bahwa sebagian besar mahasiswa memandang bahwa profesi *public relations* itu adalah profesinya perempuan.

Wood, (2007:126) menyatakan perempuan diidentikkan sebagai

makhluk yang ramah, luwes, fleksibel dalam bergaul dan mungkin juga lebih mudah dalam membujuk orang lain (konsumen). Terdapat kecenderungan perempuan diletakkan di posisi yang dapat memberikan keramahan dan keluwesan agar konsumen dapat terbujuk. Perempuan memiliki gaya komunikasi tersendiri dalam kenyatannya, bagi seseorang yang feminine, komunikasi adalah esensi dari sebuah hubungan.

Profesi *public relations* adalah segala kegiatan yang bersangkutan dengan penciptaan hubungan atau relasi organisasi dengan publiknya. Kegiatan ini dilangsungkan agar terjadi hubungan baik antara kedua belah pihak dan yang terpenting adalah saling menguntungkan antara organisasi dengan publik, tanpa melibatkan aspek gender didalamnya.

Namun fakta yang terjadi khususnya di Negara Indonesia profesi *public relations* identik dengan pekerjaannya perempuan. Profesi *public relations* telah tertanam pada pikiran masyarakat dengan gambaran seorang perempuan, berparas cantik dan penampilan menarik. Penilaian profesi *public relations* yang diberikan oleh institusi juga akan turut mempengaruhi minat mahasiswa untuk memilih konsentrasi *public relations*.

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai $R^2 = 0,737$. Artinya persepsi mahasiswa (X) dapat menerangkan minat mahasiswa (Y) sebesar 73,7 % sedangkan sisanya 26.3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model. Nilai koefisien korelasi yang menjelaskan tingkat hubungan antara variabel persepsi mahasiswa (X)

terhadap variabel minat mahasiswa (Y) adalah sebesar 0,859. Sehingga hubungan korelasinya dinyatakan kuat yaitu sebesar 0,859.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi mahasiswa tentang *public relations* sebagai profesi perempuan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat mahasiswa memilih konsentrasi *public relations*. Pengujian terbukti bahwa koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai $R^2 = 0,737$ Artinya persepsi mahasiswa (X) dapat menerangkan Minat Mahasiswa (Y) sebesar 73,7% sedangkan sisanya 26,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model ini.

Hipotesis yang berbunyi bahwa persepsi tentang *public relations* sebagai profesi perempuan

berpengaruh nyata terhadap minat mahasiswa program studi ilmu komunikasi fakultas komunikasi dan informatika UMS memilih konsentrasi *public relations* terbukti kebenarannya, hal ini terlihat dari uji t didapatkan $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $14,306 > 1,992$ dengan taraf signifikansi sebesar 0,000. Ini berarti dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi mahasiswa memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa memilih konsentrasi *public relations*.

Minat Mahasiswa untuk memilih kuliah di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan konsentrasi *public relations* dipengaruhi oleh persepsi mahasiswa tersebut terhadap aktivitas *public relations* sebagai profesi perempuan. Oleh karena itu perlu dilakukan

penelitian lebih lanjut yang mampu memberikan informasi tentang pengaruh lain yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa dalam memilih konsentrasi *public relations*.

Bagi Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian lebih lanjut selain variabel dalam penelitian ini. Penelitian yang dilakukan selain variabel didalam penelitian ini diantaranya adalah pencitraan, Strategi Pemasaran, komunikasi interpersonal, kegiatan komunikasi, pengetahuan komunikasi, aktivitas komunikasi di bidang *public relations* dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Jalaludin, Rakhmat. 2007. *Persepsi Dalam Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rusady, Ruslan. 2007. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cutlip, Center & Broom. 2006. *Effective Public Relations*. Edisi Sembilan. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Kurnia dan I Gusti Ngurah Putra. 2004. *Perempuan Dalam Dunia Public Relations*. Jakarta: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Vol. 7, No.